

**Economía del  
turismo en Eivissa  
y Formentera**

Tomás Méndez Reyes  
*Escola de Turisme  
d'Eivissa i Formentera*

*Territoris* (1999), 2:  
131-156

# Economía del turismo en Eivissa y Formentera

**Tomás Mendez Reyes**

Director de l'Escola de Turisme d'Eivissa y Formentera

## **Resum**

*El Turismo a pesar de sus alzas y bajas ha impulsado el crecimiento de Eivissa y Formentera como nunca antes en la historia. Crea empleo, impulsa otras producciones, capta divisas, atrae inversiones extranjeras y compensa sobradamente nuestro déficit comercial. En este artículo describimos la evolución de la demanda y de la oferta turística. La evolución de la clientela turística y de su gasto. Los factores más importantes que la afectan. La situación de exceso de oferta y el tamaño de la temporada. La categoría y antigüedad de los establecimientos turísticos. La distribución espacial y la dimensión, con especial referencia a las Cadenas hoteleras. Se avecinan grandes cambios y es importante conocer nuestra situación actual y las tendencias futuras para poder anticiparnos y seguir de esta forma manteniendo el alto nivel de vida conseguido hasta ahora.*

## **Abstrat**

*Despite its ups and downs, tourism has given Eivissa and Formentera an economic boost without precedent. It creates jobs, leads to other types of production, brings in foreign currencies, attracts foreign investment and amply offsets our trade deficit. This article describes the evolution of the tourist supply and demand, that of the tourist clientele, its spending and the main factors that affect it, the excess of supply and the duration of the season. Also study the category and age of the tourist establishments, as well as the spatial distribution and the size, with special reference to the hotel chains. Great changes are on the way and it is essential to be well aware of our present situation and the future trends in order to be able to anticipate them and so keep up the high standard of living we have achieved so far.*

Recepció del manuscrit, 8-08-97

## **1. Introducción: el comienzo de la actividad turística**

El viajero que buscase alojamiento en Eivissa antes de 1936 (comienzo de la Guerra Civil), sólo podía elegir entre las 400 plazas que se ofrecían en cuatro hoteles y diez fondas. Entre los hoteles destacaba el GRAN HOTEL (hoy MONTESOL) en Eivissa y el HOTEL PORTMANY en San Antoni. En Formentera había dos fondas, una en LA SABINA y otra en SAN FRANCISCO, que eran también bar, tienda y punto de encuentro. El estallido de la Guerra Civil provocó el cierre de la mayoría de los establecimientos, entre ellos del GRAN HOTEL, el de mayor capacidad. De 1936 a 1946 cualquier visitante o autoridad que visitara la isla de Eivissa tenía que pernoctar en San Antoni por carecer de

establecimientos de una mínima calidad la capital. Esta situación se veía agravada por la falta de comunicaciones. Sólo dos taxis, y pocos carretones tirados por mulos y caballos y pistas de tierra. En 1946, después de la SEGUNDA GUERRA MUNDIAL comienza la penosa recuperación de las pitiusas. Se reabre el GRAN HOTEL con categoría de segunda y con el nombre de HOTEL IBIZA. Esta reapertura es un acontecimiento, pues ya se ofrece de nuevo un alojamiento digno en la ciudad de Eivissa. La isla no logra recuperar los niveles de la preguerra hasta 1947.

En los años 50 se produjo el primer salto importante en la oferta de alojamientos, ligada a la apertura del AEROPUERTO al tráfico nacional en 1958, y la mejora de las comunicaciones marítimas. Ambas circunstancias imprimen un ritmo más rápido al desarrollo de la industria turística.

En 1966 el Aeropuerto se convierte en Internacional y es cuando realmente comienza a llegar a las pitiusas el Turismo de Masas, en vuelos charters contratados por Tour Operadores europeos. A partir de este año es cuando puede hablarse del comienzo de la fiebre constructora que de una forma u otra no ha parado hasta hoy.

Esta explosión constructora supuso que en tres años (1968, 1969 y 1970) se levantaran en Eivissa 56 nuevos hoteles con 15.456 plazas, tres veces las construídas en los treinta años anteriores. A esta época se la llama del BOOM HOTELERO llevado adelante por empresarios locales, que permitió tasas de crecimiento del 20% y 30% anual acumulativo, y que en pocos años cambió más la vida de los ibicencos y formenterenses que todos los siglos anteriores. La historia de estos años irrepetibles está aún por escribir o publicar. Pero fueron tremendos. Se reclutaba mano de obra para la construcción por las zonas más atrasadas de la península, se fletaban aviones para traer carpinteros, se contrataba a cualquiera que viniera. Los camiones de material no llegaban siempre a su destino porque eran pirateados por el camino por otros hoteles. La urgencia era tal que se admitía clientela con el hotel todavía en obras, y un largo etc.

Las características que destacan de este primer boom turístico son, en primer lugar el enorme salto en número de plazas, en segundo lugar los hoteles eran cada vez mayores. En los primeros sesenta la capacidad media de los hoteles era de 94 plazas, mientras que pocos años después, al final de la década era de 276 plazas. En tercer lugar se pasó de establecimientos de inferior categoría a establecimientos de categoría media alta (Hoteles de tres estrellas). En cuarto lugar la capacidad empresarial de esos años. Los primeros constructores de hoteles eran empresarios individuales, y también se hicieron proyectos por grupos de amigos o pequeñas sociedades. Sólo había tres sociedades anónimas. En el caso de Formentera habría que destacar el papel del Ibicenco Alonso Marí que para la construcción del primer gran hotel de la isla tuvo que transportar en barcos de vela la grava, el agua y los materiales, además de producir la energía eléctrica pues la potencia de la isla era insuficiente. Una gran aventura.

Los años 70 fueron mucho más tranquilos, debido a la crisis económica internacional producida por las subidas masivas de los precios del petróleo. Culmina en estos años el primer gran crecimiento turístico. En 1970 existían ya en las pitiusas 113 hoteles, 182 hostales, pensiones y casas de huéspedes. Un total de 31.081 plazas en Eivissa y 1.419 en Formentera. En la década de los 70 se construyen 19 hoteles más y se llega a una oferta de 42.650 plazas en 1980. En los años 80 se vuelve a producir un nuevo salto cuantitativo en el sector turístico: EL BOOM DE LOS APARTAMENTOS.

### **1.1. Crecimiento hotelero**

La capacidad hotelera en la década de los ochenta pasó de 42.650 plazas a 54.264, es decir se amplió en 11.614 plazas (lo que supone un crecimiento del 27%). Este crecimiento se ha debido a hoteles de 3 y 4 estrellas (que crecieron un 55% y 73% respectivamente), y al desarrollo de las CIUDADES DE VACACIONES. Los hostales, casas de huéspedes y hoteles de menor categoría disminuyeron entre un 15% y un 20%.

En los años 90 el crecimiento ha sido más moderado. Sólo un 4% en seis años, lo que supone 2.036 plazas más. El crecimiento se ha producido en apartamentos y Ciudades de Vacaciones, mientras que han disminuído las plazas de los establecimientos de menor categoría.

En Formentera se pasó de 3 hoteles y 30 hostales en 1980 con 2.745 plazas, a 5 hoteles, dos ciudades de vacaciones y 38 hostales en 1996 con un total de 4.584 plazas. El crecimiento fue del 67% en 15 años.

### **1.2. Crecimiento extrahotelero: los apartamentos**

La oferta de alojamiento extrahotelero comprende a los campings, chalets y apartamentos. El desarrollo de los campings en las islas ha sido muy marginal, ya que el hecho insular dificulta este tipo de turismo. Los chalets no se pueden considerar en su mayoría oferta extrahotelera porque coinciden el usuario y el propietario. La mayoría son segundas residencias, aunque también hay en alquiler. Los APARTAMENTOS han sido los verdaderos protagonistas del cambio turístico que se produjo en las pitiusas durante la década de los ochenta. El crecimiento fue vertiginoso, ya que pasó de 11.569 plazas en 1980 a 28.607 en 1990, lo que supone un crecimiento del 147%. También creció la oferta ilegal. Este cambio tan espectacular de la oferta se debió a varios factores. Por una parte a la preferencia de los turistas (especialmente británicos) por este tipo de alojamiento, más barato, con control más difícil del número de ocupantes, y también por la mayor libertad de uso y horario en relación a los hoteles. También influyó por otra parte, que la construcción de apartamentos es más barata que los hoteles, y especialmente que los costes de explotación son muy inferiores, lo que hace más rentable a estas inversiones. Con el crecimiento de los salarios, el proceso de sustitución de trabajo se canalizó especialmente por esta vía. Incluso hubo hoteles que se transformaron en apartamentos.

### **1.3. Crecimiento de la industria complementaria**

La oferta complementaria es aquella que ofrece al turista todo tipo de servicios y bienes no incluídos en el precio de las vacaciones. Son los servicios ligados al dinero de bolsillo. Es una oferta que será tan variada como lo es el turista, y va desde la hamaca, al campo de golf, de la discoteca al museo, del alquiler de vehículos a las tiendas y supermercados y tantos otros más. De toda esta oferta destacan por su importancia los BARES, RESTAURANTES Y CAFETERÍAS. Todos estos negocios han aumentado considerablemente. En 1996 hay 1.213 restaurantes, 665 cafeterías y 740 bares, que son el resultado de un crecimiento imparable en el pasado. Este crecimiento fue impresionante en la década de los ochenta, en la que doblaron su número, pero lo sigue siendo aún hoy, puesto que en los años noventa y a pesar de la crisis aumentó su número en un 20%. Estos negocios se encuentran también con una competencia adicional de los propios hoteles, que intentan retener al turista con una serie de servicios cada vez más amplios de oferta complementaria.

## 2. La demanda crea a la oferta. Los ciclos turísticos

Eivissa y Formentera viven plenamente del turismo. La evolución de su P.I.B. está ligada a la evolución del turismo. EL MOTOR DE CRECIMIENTO ES LA DEMANDA TURÍSTICA. Si esta crece se relanza la inversión por la vía de la construcción. Estas actividades se magnifican estimulando a otros sectores relacionados con el turismo y la construcción y porque se crean nuevas actividades ligadas a los ingresos de los residentes. Por todo ello el P.I.B crece de forma rápida y desproporcionada cuando aumenta el turismo. Cuando la demanda turística se estanca o cae aunque sea ligeramente, la inversión se reduce de forma drástica y ambas perturbaciones tendrán efectos negativos sobre todos los sectores en los ingresos y el empleo. La recesión será por tanto severa y se caracterizará por una gran reducción en la inversión. El motor de todos estos cambios es LA DEMANDA TURÍSTICA y depende en gran parte de factores que no podemos controlar como son los precios, los tipos de cambio, las rentas per capita de los países emisores de turismo, las motivaciones de los turistas, la situación de las zonas turísticas competidoras, el precio del combustible que influye en el coste de los vuelos, y de otras variables en las que podemos influir, como la promoción exterior, el cuidado del medio, las políticas urbanísticas, la mejora de las infraestructuras y la calidad del producto turístico.

Todos ellos son factores que determinan en mayor o menor medida el nivel que tendrá la demanda turística cada año. El turismo es por tanto la VARIABLE CLAVE, la que tiene la llave del desarrollo económico. Por eso podemos afirmar que en Eivissa y Formentera nuestro ciclo económico es un ciclo turístico.

La INCIDENCIA DEL TURISMO en estas islas se refleja en:

- a) las actividades directamente turísticas como el alojamiento hotelero y extrahotelero (apartamentos, ciudades de vacaciones, chalets, camping, etc.) y las agencias de viaje. Los ingresos que obtienen estas empresas están incluidos tanto en el paquete turístico que paga el turista en el país de origen así como directamente en las islas.
- b) Las actividades de servicios relacionadas directamente con el turismo como son el comercio, el transporte aéreo y marítimo, los autocares y coches de alquiler, los bares restaurantes y discotecas. Los campos de golf y puertos deportivos. Los parques acuáticos, equitación y excursiones, buceo, mercadillos, museos,...etc. Es decir una amplia y variada oferta complementaria que depende del tipo del turista, de sus gustos, de sus posibilidades económicas y de la clase de alojamiento que tengan. Muchas de estas actividades se llevan a cabo en función del gasto que el turista hace fuera del establecimiento. Otras como el vuelo y los servicios del tour operador están incluidos en el paquete turístico.
- c) Las actividades ligadas a la creación de la oferta turística y a su mantenimiento. Es decir la construcción turística, que en algunos momentos como en los años del boom de los 60 y de los 80 se convirtió en la principal actividad económica. La inversión en construcción se ha mostrado muy sensible a las variaciones de la demanda turística.
- d) Otras actividades de servicios y aprovisionamiento, como la agricultura, industria y energía, sistema financiero, administración pública, servicios directos y actividades de importación.
- e) las actividades productivas desarrolladas debido a la demanda que hacemos los residentes gracias a los ingresos que obtenemos por sueldos y salarios en las actividades turísticas y asociadas, alquileres, ventas de activos reales como terrenos y edificios, y beneficios.

Vemos pues que el gasto turístico de cada año se convierte en ingresos directos e indirectos de las actividades de las islas, pero una buena parte se filtra hacia el exterior, ya que va a suponer ingresos a los Tour Operadores extranjeros, son pagos al transporte aéreo también propiedad de extranjeros, a importaciones para satisfacer las necesidades de los turistas y de materiales de construcción. Además las filtraciones debidas a las importaciones efectuadas por residente por el efecto demostración de la vida de los turistas sobre la sociedad local, los pagos de beneficios e intereses a extranjeros o no residentes que invierten en las islas, etc. Todo esto hace que el EFECTO MULTIPLICADOR INDUCIDO EN LOS INGRESOS no sea muy elevado, cercano al 0,5.

Sin embargo el EFECTO MULTIPLICADOR SOBRE EL EMPLEO es mucho más alto, ya que muchas actividades turísticas son de servicio cara al público donde la intensidad de la mano de obra es mayor (restaurantes, hoteles, agencias, pequeñas empresas), aunque contrarrestado por un nivel de salarios más bajo que la media intersectorial (aunque algunos sean altos como es el caso de puestos de trabajo como pilotos, gerentes, directores y cocineros), y una mayor utilización de los empleos a tiempo parcial y temporales (lo que conviene a las empresas porque les permite transformar el coste laboral de fijo en variable). También el gasto turístico ha tenido un efecto multiplicador en el aumento de las actividades empresariales en las transacciones entre empresas y en la inversión.

La EVOLUCIÓN CÍCLICA DEL GASTO TURÍSTICO muestra una situación muy preocupante. En la década de los ochenta observamos un ciclo de cinco años (del 85 al 90) con dos años de expansión y tres de recesión y con una amplitud muy grande (más del 50%). A partir de ahí se aprecia una continua recuperación del gasto, destacando la expansión de 1994. Esta expansión se corta en 1996 que fue un año de recesión, y vuelve a crecer con fuerza en 1997. Nuestro ciclo se caracteriza por expansiones explosivas de uno o dos años y recesiones más largas y de menor intensidad. Las causas las veremos más adelante y tiene mucho que ver con la Paridad del Poder Adquisitivo y con el Tipo de cambio.

Si observamos la evolución del gasto en terminos reales, nuestro último ciclo refleja cinco años de recesión (1988-1992), con una ligera recuperación en 1993 y explosiva en 1994, para mantenerse en 1995 y caer de nuevo en 1996. Es este ciclo de gasto en terminos reales el que ha reflejado la situación de crisis que ha vivido la sociedad y empresas pitiusas al final de los ochenta y principios de los noventa. Esta circunstancia ha disminuído las ventas en el sector turístico, ha llevado a pérdidas y a endeudamiento a múltiples empresas y han hundido la inversión.

Con la recesión, la caída del gasto turístico y del empleo en el sector ha causado una disminución también en el resto de los sectores relacionados, cerrando empresas y disminuyendo el empleo.

En este nuevo ciclo que estamos viviendo (1992-1996), las empresas han mejorado sus cuentas de resultados (mejora de beneficios) y su liquidez y les cuesta recuperar sus niveles de endeudamientos anteriores. Hemos entrado en un nuevo periodo expansivo aunque con la incertidumbre del EURO por delante.

En cuanto a la DISTRIBUCIÓN DEL GASTO destaca la importancia del gasto que no viene a las pitiusas, entre un 30 y un 40% del gasto total según los años. La comercialización y los vuelos corren a cargo de compañías extranjeras. De tal manera que el precio que pagan por el paquete turístico en origen (formado por el Hotel por un lado y el vuelo y los servicios de agencias y T.O. por otro) sólo la mitad viene a las islas, que junto con el gasto que efectúan directamente nos daría ese 65% del gasto total. Estos gastos estimularán

la actividad económica de las empresas turísticas o directamente relacionadas con ellas. Los gastos que se efectúan directamente en las islas, se distribuyen un 20% en alojamiento y un 80% fuera del alojamiento, y en su evolución se observan dos tendencias contrarias. Por una parte un incremento del gasto que se efectúa fuera del hotel, debido al aumento del número de turistas que van a apartamentos, y por otro lado se observa que aquellos que se hospedan en hoteles crece la proporción del gasto que se hace dentro del mismo, con distintas formulas del todo incluido o de animación interior.

Otro hecho destacable es que si bien en términos monetarios el gasto medio ha aumentado en estos últimos años, también lo han hecho los precios. Si eliminamos su efecto podemos concluir que el turista de hoy tiene un 10% menos poder de compra que hace diez años. El gasto en terminos reales permanece estancado o con ligera disminución, lo que quiere decir que estamos trayendo una masa de turistas de clase media baja con un poder de compra similar en todos estos años. También hay que decir que no se aprecia una caída espectacular hacia el turismo marginal, como a veces se dice. Por otra parte no podemos olvidar que este gasto medio por turista esconde en realidad una dispersión muy grande en el gasto. Todas las nacionalidades tienen turistas en tramos de gasto bajo y elevado. Los ingleses tienen más peso en el gasto marginal que en el gasto elevado, mientras que a los alemanes les pasa lo contrario. Es importante por tanto que se aumente la calidad de la oferta para poder irnos deslizando lentamente cada vez más hacia el tramo de turistas de mayor poder adquisitivo.

### **3. Las llegadas: evolución de la clientela turística**

En la evolución del número de turistas que vienen a Eivissa durante los últimos cuarenta años, observamos un crecimiento acelerado en los años 60, y una mayor estabilidad en los 70. Dos ciclos de cinco años cada uno en los años 80. Destaca por su amplitud el de los años 85-90 con tres años de expansión y tres de contracción, que continúa en los años 91 y 92. Con el año 1993 comienza de nuevo una clara expansión y especialmente en 1994 con un incremento de las llegadas del 26,4%. Esta expansión se mantiene con ligeros crecimientos en 1995 para caer de forma importante en 1996, y volver a aumentar consiguiendo nuevos records de llegadas en 1997.

En Eivissa y Formentera entre el 90 y el 95% del turismo es extranjero y europeo. Desde siempre hemos dependido del ciclo económico de la Unión Europea, especialmente del Reino Unido y de Alemania. Esto demuestra que la actividad económica de las pitiusas depende vitalmente de la evolución de la U.E. y es más independiente del ciclo económico español. Nos ha ido bien cuando Europa crecía y tenían moneda fuerte, y en los malos momentos como en los años 85 y 90 en que la caída del turismo fue espectacular, nuestra actividad económica se resintió gravemente. Es en estos momentos cuando nos acordamos del turismo nacional, que como veremos luego, ha jugado siempre un papel de comodín.

Si comparamos la IMPORTANCIA DE CADA UNA DE LAS NACIONALIDADES en el turismo de Eivissa, vemos que entre ingleses y alemanes llegamos al 75% de nuestro turismo, si le añadimos los españoles el 85%. En estos últimos 15 años los alemanes y los españoles están perdiendo peso y los ingleses ganándolo.

Es muy preocupante que casi un 50% del turismo de Eivissa dependa del REINO UNIDO. Y la tendencia es a aumentar. Es un riesgo muy elevado tener la clientela tan concentrada en una nacionalidad. Podemos decir que una buena o mala temporada turística depende de las fluctuaciones del turismo británico. Es un mercado con un gran potencial,



con gran capacidad de crecimiento, pero también dominado por fuertes fluctuaciones. El último ciclo completo ha sido de 6 años (1985-1991), con dos años de expansión y cuatro de recesión. En este sentido nos encontramos que el año 1991 punto inferior de este ciclo tiene una entrada de turistas menor aún que 1985 que fue el peor año de la década de los ochenta. Sin embargo tenemos unas cifras de entradas en el año 1987 con 600.000 turistas, lo que indica la enorme amplitud (67%) de este ciclo, capaz de tener subidas tremendas en 1987 y caídas en picado en 1991. A partir de este año vuelve a subir de nuevo, primero lentamente y luego espectacularmente en 1994 (crecimiento del 31,6%) para crecer ligeramente en 1995 y caer de nuevo en 1996. Durante 1997 se espera de nuevo cifras records en el turismo británico. Con una Libra fuerte como en 1987 y 1994 han venido a Eivissa 600 mil británicos. Este año 1997 con una Libra a 250 pesetas, la entrada de británicos pueden llegar a los 700 mil. Sin embargo con una Libra barata como en 1991 vinieron la mitad (300 mil), y en 1996 han disminuído también por el mismo motivo. En Eivissa el mercado británico es más importante que el Alemán, mientras que en Mallorca ocurre lo contrario.

Nuestro segundo mercado es el ALEMÁN. Tiene clara preferencia por Mallorca y Formentera. Sigue perdiendo peso relativo respecto al británico, y perdemos continuamente cuota de mercado en relación a Mallorca. La tendencia es que siga así. En el pasado fue bien diferente. El turismo alemán creció en Eivissa hasta los años 80, incluso llegó a ser superior que el británico en los últimos años de la década de los 70. El último ciclo completo del turismo alemán es muy largo de 9 años (1983-1992) con cuatro de expansión y cinco de recesión. A partir de 1993 se ha recuperado de forma moderada con las devaluaciones de la peseta, lo que ha supuesto una revaluación del marco superior al 30% desde 1991. Actualmente para Eivissa es un mercado muy interesante pero incierto. Está muy influído por el clima y el entorno, además de los precios y de la evolución de su renta.

EL TURISMO ESPAÑOL es muy estacional, de temporada alta. No compensa concederles cupo cuando las plazas se venden bien en el mercado británico o alemán. Cuando hay crisis en estas ventas, como los años 90 y 91, las empresas y las instituciones de promoción buscan este turismo que ultimamente se ha complementado bien con el italiano de semejantes características. El ciclo económico español no coincide con el británico y eso nos permite usar a los españoles como comodines cuando nos falla el turismo británico. LOS OTROS MERCADOS sólo suponen en conjunto un 15%, destacando italianos y franceses. Nuestra diversificación por nacionalidades es menor que en Mallorca. Tendríamos que cambiar esta tendencia para diversificar más el riesgo.

FORMENTERA ES DIFERENTE. La actividad económica de Formentera depende de dos clases de demanda turística. Por un lado la de los visitantes de un día o un fin de semana desplazados desde Eivissa. La tendencia de estos visitantes es creciente y depende especialmente de los precios de los billetes de las compañías que operan entre las dos islas pitiusas. A veces hay guerra de precios y reducen mucho las tarifas, otras veces llegan a acuerdos y suben excesivamente los precios.

Por otra parte tenemos a los turistas hospedados en establecimientos hoteleros y extrahoteleros de la isla con una estancia media de 13 días, cuyo número no ha tenido un crecimiento importante en estos últimos años. Los alemanes son la nacionalidad predominante, aunque ha disminuído su importancia relativa. En 1980 eran el 84%, mientras que en 1990 son el 54%. La segunda nacionalidad es la italiana que ronda el 25%. Los españoles son el tercer mercado con un 10%.

Como vemos los alemanes siguen siendo la primera nacionalidad, pero el verdadero cambio se ha producido con el turismo italiano que ha pasado de ser casi inexistente en



1980 a rondar el 30% y el 40% en alguno de los años 90. El turismo español ha sido siempre minoritario pero se mantiene. Formentera es diferente de Eivissa por las características de su demanda (visitantes y turistas), por el mayor peso del turismo alemán e italiano. Pero además lo que realmente distingue a Formentera es que no ha seguido el modelo de crecimiento de Eivissa y de Mallorca, con los booms de la construcción. En 1980 había en Formentera 3 hoteles y 30 hostales con 2.745 plazas y en 1996, quince años después apenas han crecido las plazas de hoteles de grandes dimensiones. Formentera ha apostado por la explotación familiar, con hostales y grupos de apartamentos pequeños.

#### **4. La moneda y el turismo**

Nuestro turismo de masas se ha basado en la baratura de las vacaciones y el instrumento que más ha ayudado es el TIPO DE CAMBIO. Para mejorar la competitividad de nuestra industria turística sólo hay dos caminos, mejora de la productividad y servicios con precios internos competitivos, y variación del tipo de cambio. Es este segundo elemento el que ha tenido el efecto más espectacular en el aumento del turismo a nuestras islas.

Hay un paralelismo casi asombroso entre monedas europeas fuertes y entrada masiva de turistas. Y también lo contrario, cuando la peseta ha estado fuerte el turismo ha peligrado. En el apéndice puede observarse como el NÚMERO DE TURISTAS BRITÁNICOS que han visitado Eivissa aumenta cuando la libra puede comprar más pesetas y disminuye en caso contrario. El continuo aumento de turistas de los primeros años 80 va unido a la recuperación de la Libra hasta la entrada masiva de 1984 de 517.495 turistas británicos asociada a un precio de 225 pesetas libra. Las cotizaciones caen en picado en 1985 y disminuyen también masivamente los turistas británicos (sólo 366.997). La Libra se recupera en 1986 y este hecho unido a la reducción de precios en los paquetes turísticos de los T.O. dá lugar a una masiva afluencia de británicos en 1986 y 1987. En este último año se llegó a la cifra máxima de la década con 593.213 turistas.

La Libra se deprecia los años siguientes, manteniendo un precio medio de 180 pesetas, y se reducen a la mitad el número de visitantes del Reino Unido. El número menor fue en 1991 con 332.768 turistas. La posterior devaluación de la peseta en 1992-93, permitió un aumento espectacular del turismo británico en 1994 y 1995 alcanzando los 623.000 turistas. Cae de nuevo el precio de la Libra y en 1996 se reducen en 80.000 el número de británicos. Con el aumento espectacular del precio de la Libra durante 1996-97 se espera que esta temporada el turismo británico alcance un nuevo máximo histórico cercano a los 700.000 turistas.

Parecido argumento, aunque sin tanta espectacularidad, encontramos en el turismo alemán. Un MARCO fuerte en los años 87-88 (de 70 pts. marco) permitió alcanzar 308.183 turistas este último año. Pero con la entrada de España en Sistema Monetario Europeo en 1989, baja el precio del marco a 62 pts. disminuyendo el número de turistas hasta los 260.000. Las devaluaciones recientes de la peseta ha vuelto a recuperar un marco fuerte (84 pesetas), que nos ha permitido llegar a los 359.000 turistas alemanes en 1996. El año 97 será de estancamiento o ligera reducción en este mercado.

No es una exageración decir que el factor decisivo de nuestra competitividad es el tipo de cambio. Nuestro crecimiento futuro, cuando los cambios sean fijos, va a depender por tanto unicamente del crecimiento de la renta europea y de la capacidad que tengamos para limitar crecimientos de la oferta hacia un turismo menor en número pero de mejor

calidad. En la nueva situación los aumentos de los costes de la industria turística no podrán trasladarse a precios. Tendremos que aumentar los servicios, la calidad y la productividad. Para el 1 de enero de 1999 estarán fijados los tipos de cambio de cada moneda respecto a las demás y respecto al Euro. Probablemente la peseta se fijará a 85 pts. el marco, 165 pesetas el euro. En cuanto a la libra la situación es más incierta. Actualmente está sobrevalorada por motivos coyunturales, y no es seguro que el Reino Unido desee entrar en el Euro en la primera ronda. Los movimientos de capitales serán intensos en los próximos años y el precio de la Libra será muy cambiante, lo que afectará de lleno a Eivissa. Si decide entrar en 1999 todo depende del precio al que se fijen las condiciones de entrada. Hay por lo tanto incertidumbre en el mercado inglés. En cualquier caso entramos en una ETAPA NUEVA. El arma de la devaluación o depreciación de la peseta que ha sido vital en el pasado para relanzar el turismo no la podremos utilizar nunca más.

## **5. Las estancias y la estacionalidad**

La importancia del turismo no depende sólo de los turistas que vienen sino también del tiempo que permanecen aquí. Esos días de vacaciones que residen en las islas los llamamos ESTANCIAS.

La evolución del conjunto de las estancias que pasan los turistas en las pitiusas es muy parecida a la del gasto turístico, con aumento hasta 1987-88, caída continuada hasta 1991-92 y recuperación posterior. Esta evolución es el resultado de la caída en el número de turistas, y de otro hecho que nos tiene que cambiar la política turística del futuro. El número de estancias por turista no hace sino disminuir, lo que lleva a la necesidad de un mayor número de turistas para conseguir las mismas estancias. Es un esfuerzo adicional que tenemos que hacer para compensar este cambio de hábitos que se observa ya claramente en el mercado.

Estas estancias no están repartidas durante todo el año, sino que se concentran en LA TEMPORADA. El tamaño de la temporada en Eivissa la marcan Británicos y Alemanes que vienen masivamente durante 5 meses del año (Mayo-Septiembre). A esos cien mil ingleses y sesenta mil alemanes que vienen cada mes, hay que sumarle el resto de las nacionalidades. Sólo que los españoles, italianos y franceses, que son las nacionalidades que siguen en importancia, tienen una temporada mucho más corta. Además de estos cinco meses, sigue en importancia el mes de Octubre, con la mitad de turistas de un mes de temporada alta, y Abril con un escaso número de turistas que no llegan al 10% de uno de esos meses de temporada alta. De los otros cinco meses practicamente nada. El turismo de invierno no tiene ni un 1% del turismo anual.

Esto plantea el problema más serio que tiene el sector turístico en las pitiusas, que es la utilización limitada de sus instalaciones a unos pocos meses. El grado de utilización de la capacidad es elevada en temporada alta, se reduce apreciablemente en temporada media, y en temporada baja se cierran muchos establecimientos. La duración normal de la temporada fué de 7 meses en los años 70, bajó a cinco meses en los años 80, subió a seis meses en el boom de 1987, y se ha reducido brutalmente en la crisis de los noventa a 3 meses. A partir de 1993 ha vuelto a disminuir la estacionalidad y hemos vuelto a recuperar los cinco-seis meses de los años ochenta.

Actualmente se ha planteado el tema de la DESESTACIONALIZACIÓN, para lograr que las instalaciones hoteleras tengan y turísticas tengan una ocupación mas amplia, permitiendo una mejor rentabilidad de las mismas. Esta es la garantía de que la industria

turística sea viable en el futuro. En Mallorca se han hecho muchos progresos en esta línea. En Eivissa y Formentera falta mucho para conseguirlo. En primer lugar el convencimiento de las empresas. También ser capaces de crear un nuevo producto turístico de invierno que compita bien en el mercado y por último inversiones adecuadas de las administraciones públicas.

En términos relativos podemos decir que nuestra estancia media es menor que en Mallorca (un día menos), y que nuestra temporada es más corta. Sobre la capacidad empresarial y las inversiones públicas para alargar la temporada no se vé el dinamismo ni las decisiones necesarias, que se están dando ahora en Mallorca.

## **6. El exceso de oferta y sus consecuencias**

Actualmente tenemos en las pitiusas cerca de 90.000 plazas legales, que dada la globalización de los mercados y el menor coste del transporte aéreo, compiten con millones de plazas de Sol y Playa de todo el mundo. El 65% de las plazas son hoteleras, el 33% de apartamentos y un 2% de otros tipos. El número actual es la consecuencia del boom hotelero de los años 60 con crecimientos del 20% anual acumulativo, y del boom de los apartamentos de los años 80 con un crecimiento del 10% anual acumulativo.

En 1987 podemos decir que tuvimos un equilibrio relativo entre la oferta y la demanda de plazas turísticas con doce millones y medio de estancias para 70.296 camas. Pero la disminución de la demanda y el crecimiento de la oferta ha producido en los primeros años noventa baja ocupación, disminución en los precios y negativa rentabilidad. El año 1991 fue el de menor ocupación con 7 millones doscientas mil estancias para 84.486 camas, lo que supone que más de la mitad de la oferta turística estuvo sin ocupar en la temporada turística de ese año. De nuevo se ha vuelto a conseguir niveles cercanos al equilibrio en 1994, 1995 y 1997, completando así un ciclo turístico en que se ha dado un EXCESO DE OFERTA CASI PERMANENTE. Esta situación llevó al sector turístico a una contención de precios y baja ocupación que lo puso al borde de la ruina. A partir de 1994 con el crecimiento de la demanda, se recuperaron precios, ha mejorado la ocupación y la rentabilidad.

Como puede verse en el Apéndice la oferta de alojamiento ha estado en crecimiento continuo desde 1986 a 1992, con una tasa media de crecimiento del 6%, mientras que en ese periodo la demanda ha subido y bajado de forma espectacular como si fuera una montaña rusa (con crecimientos del 15% en 1986 y reducciones del 12% en 1990. El aumento de la demanda de los años 86 y 87 ha estimulado al crecimiento de la oferta, que ha cogido inercia propia y ha continuado creciendo a pesar de la reducción o el estancamiento de la demanda durante los seis años siguientes. A la oferta le cuesta reducirse y lo hace con retraso y a una tasa mucho menor que cuando creció. Así vemos como periodo tras periodo se va urbanizando cada vez más el medio natural, y creando plazas que en su conjunto cada vez son más difíciles de llenar.

Existe también un número considerable de plazas de oferta ilegal de difícil estimación. Gran parte de esas plazas salen al mercado en temporada alta de los años excepcionales. Son como un colchón que permite absorber más turistas que lo permitido por la oferta legal disponible y que en gran parte está relacionada con ella. Además una cosa es la oferta de plazas declaradas y otra la real. En general los grandes complejos turísticos pueden llenar un número mayor que las plazas declaradas.

Tenemos un modelo cuantitativo de crecimiento de la oferta que al ser estimulado por la demanda crece exageradamente. En los momentos de crisis frena el crecimiento,

pero que ante un nuevo estímulo (por ejemplo los aumentos del turismo de estos últimos años) se pone de nuevo en funcionamiento. El crecimiento es fácil pero la eliminación de plazas cuando están obsoletas o no son necesarias es muy lenta y a veces imposible. Facilidad en la subida, rigidez en la bajada. Así funciona el mecanismo de mercado en el sector turístico. Cada ciclo nos deja con más plazas, aunque eso sí cada vez de mejor calidad.

Podemos concluir este apartado diciendo que en primer lugar el EXCESO DE OFERTA es la situación más frecuente durante el ciclo turístico. Desde 1988 el exceso de oferta es lo normal, si exceptuamos los años 1994 y 1995.

En segundo lugar no se aprovecha suficientemente la capacidad potencial que tiene la oferta turística. Nuestro principal problema es tener cerrados tanto tiempo nuestros negocios turísticos. Y en tercer lugar LA DENSIDAD de plazas por Kilómetro cuadrado es doble que la de Mallorca. Esto significa que estamos presionando mucho al medio natural, mucho más que nuestro competidor más cercano. Todo esto se refleja en polución arquitectónica (urbanizaciones, centros turísticos,...) necesidad de infraestructuras grandes (puertos, aeropuertos, carreteras,...) infrautilizadas gran parte del año, tráfico, ruido, degradación del medio, escasez de agua,...etc.

## **7. Categoría de los establecimientos turísticos**

### **7.1. Hoteleros**

En Eivissa y Formentera tenemos actualmente 321 establecimientos hoteleros de los que 132 son hoteles, 11 hoteles apartamento, 9 ciudades de vacaciones, 121 hostales y 48 fondas y casas de huéspedes. En NUMERO predominan los hostales, fondas y casas de huéspedes (169) sobre los hoteles en un sentido amplio (152). Sin embargo en PLAZAS, la situación es la inversa las plazas hoteleras son siete veces las de los hostales y casas de huéspedes (49.674 frente a 7.642).

Las islas de Eivissa y Formentera sólo cuentan con un hotel de lujo, el Hotel Hacienda en Na Xamena de 104 plazas. Cuentan además con 10 hoteles de 4 estrellas, de los que 3 son hoteles de ciudad (el Royal Plaza de 199 plazas, los Molinos de 279 plazas y el San Marino de 89 plazas. Los demás son de turismo vacacional: uno en Formentera (el Club la Mola de 633 plazas) y el resto en Eivissa. De estos dos son enormes: el Sea View de 1.200 plazas y el Club Med de 863 plazas. Otros dos son de tamaño medio: el Torre del Mar de 413 plazas y el Nautilus de 320. Y uno muy pequeño el Village de 40 plazas. El Hotel Fenicia que figuraba de cuatro estrellas y estaba cerrado, ha sido comprado por el Grupo Alonso Marí para la construcción de un hotel de 5 estrellas.

El predominio corresponde a los hoteles de categoría de tres estrellas con sesenta y un establecimiento que suponen 29.479 plazas, es decir el 60% de las plazas hoteleras. Le siguen en importancia los hoteles de dos estrellas con un 26% de las plazas. Las categorías extremas son marginales, tanto las de una estrella como las de cuatro no pasan del 7% del total de las plazas. Los hostales y casas de huéspedes son sólo el 14% del total de las plazas hoteleras, con predominio total de los hostales de una estrella (50% de las plazas). Los de máxima categoría (tres estrellas) apenas tienen importancia (5%).

Podemos concluir que en cuanto a categoría la CALIDAD es muy aceptable, tal como se deduce del predominio en plazas de los hoteles sobre los hostales, y del alto número de plazas en hoteles de categoría media. Sin embargo esta calidad no es igual en todos los municipios y núcleos turísticos.

El Municipio de SAN ANTONIO tiene tres zonas con características diferentes. En San Antonio núcleo urbano, dominan los hoteles de menor categoría (con mil plazas de una estrella) y de reducida dimensión (una media de 86 plazas por hotel). Destacan también los hostales de menor categoría con 1.328 plazas y una dimensión media de 60. Hay también numerosas fondas y casas de huéspedes. Todo esto plantea una oferta hotelera donde prevalece la baja calidad.

En las otras dos zonas de San Antonio, la zona norte (Es Caló-Cala Gració) y la Bahía predominan los hoteles de tres estrellas. En el Municipio de SAN JOSÉ, también con tres núcleos diferentes: El de Playa d'en Bossa con mayoría de hoteles de 3 y 4 estrellas, el de Bahía de Portmany con predominio también de la categoría de las tres estrellas, y el de la zona sur (zona cala Vadella) donde dominan las ciudades de vacaciones.

El Municipio de SANTA EULALIA, tiene también núcleos con características de calidad diferente. Dentro de este término municipal, en Es Figueras, Cala Llonga y Siesta predomina la categoría de tres estrellas, en Es Canar las dos estrellas y en el núcleo urbano los hostales. En el municipio de EIVISSA, en los núcleos de Playa d'en Bossa y en Talamanca predominan los tres estrellas. En el núcleo urbano los hostales y hoteles de menor categoría con la excepción de dos hoteles de 4 estrellas.

En el Municipio de SAN JUAN, los núcleos de Puerto de San Miguel y la Cala de San Vicente tienen hoteles de categoría media alta, mientras que en el núcleo de Portinatx se distribuyen al 50% los de baja y media categoría. En FORMENTERA por número destacan los hostales y por plazas los hoteles de categoría media alta.

## **7.2 Apartamentos**

La década de los 80 supuso una verdadera explosión en la construcción de apartamentos, especialmente de una llave que son los de menor categoría. En esta década prodigiosa se triplicaron el número de bloques. Pasamos de 134 industrias con 3.635 plazas en 1980 a 342 industrias con 28.607 plazas. De éstas 16.418 son de una llave, lo que indica que los apartamentos de menor categoría crecieron en diez años un 128%. En los años 90 se han reducido en un 20% (3.665 plazas) pero siguen siendo muy numerosos.

Actualmente los apartamentos de baja categoría suponen un 15% de toda la oferta de camas, y habrá otro tanto de oferta ilegal. Se ha comentado muchas veces que la degradación del sector turístico se inició por esta vía. Los apartamentos, muchas veces pequeños y de baja calidad, acogen a un número excesivo de turistas, especialmente británicos, que conviven hacinados, guisando, bebiendo y gritando, degradando toda la zona.

Por Municipios podemos decir que FORMENTERA es la reina de los bloques pequeños de apartamentos de una llave (con 2.131 plazas) de propiedad familiar y dispersos que no han producido graves problemas. Otra cosa es el Municipio de San Antonio. En el núcleo urbano hay más de 40 industrias de 1 llave con 2.333 plazas, de pequeña dimensión media (55 plazas), que se concentra en unas pocas calles de la ciudad, lo que unido a hoteles, hostales y pensiones de baja categoría y a bares, lo convierten en un centro saturado de oferta de baja calidad. Muchos de estos negocios son familiares, producto del boom de los 80, lo que hizo que fuese el pueblo de mayor renta per cápita de España en 1987. Sin embargo ahora requiere una fuerte remodelación. Los otros núcleos de San Antonio no tienen este problema.

En los otros municipios el problema de los apartamentos de baja categoría es mucho más reducido. En Santa Eulalia el problema se centra en Es Canar con casi mil plazas de

apartamentos de una llave y dimensión media de 53 plazas, en el núcleo urbano con 578 plazas y en Cala LLonga con 599. En San José y San Juan sólo hay casos aislados. El caso del Municipio de Ibiza es intermedio con unas 1.200 plazas de apartamentos de una llave.

## **8. Antigüedad de los establecimientos turísticos**

La planta hotelera de Eivissa y Formentera es antigua. La mayoría con más de 25 años a sus espaldas. En principio es lógico suponer que no son hoteles aptos para lo que exige la actual demanda turística de finales de siglo. Si los separamos por décadas, la mayoría de la planta hotelera es de los años 60 (86 establecimientos), le siguen los construidos en los años 70 (32 establecimientos), en los años 80 sólo hay 9 y en los seis primeros años 90, cinco. De todos estos hoteles 118 están sujetos a la ley de modernización, por tener la apertura antes de 1984. Aproximadamente el 90%.

En los APARTAMENTOS la situación es diferente. La mayoría (175 industrias) están construidos en los años 80. El problema es que la mayoría son de baja calidad. También los apartamentos se han acogido a la ley de Modernización de la oferta.

## **9. La distribución espacial de la oferta turística: municipios y núcleos**

Hay dos grandes municipios turísticos, San José y Santa Eulalia con más de 20.000 plazas a cada uno. Le siguen dos intermedios, San Antonio y Eivissa con unas 15.000 plazas cada uno. A gran distancia están los dos más pequeños: Formentera (7.647 plazas) y San Juan con 5.134. Si consideramos como municipios más turísticos aquellos que tienen más plazas en relación con la población, seguiría como número uno indiscutible SAN JOSÉ, ya que en temporada tiene el doble de turistas que de residentes. Le seguirían Formentera y San Juan ya que los turistas superan a los residentes en más del 50%. En Santa Eulalia y San Antonio hay equilibrio entre residentes y turistas, mientras que Eivissa capital es el único municipio que domina el residente durante todo el año. El número de sus habitantes triplica el de las plazas turísticas. Ver el cuadro en el apéndice.

El estudio por municipios no es el mejor para conocer la Distribución Espacial de la Oferta Turística. Es mejor estudiar los núcleos de actividad turística independientemente de los municipios que lo forman. En Eivissa tenemos tres grandes núcleos turísticos: BAHÍA DE SAN ANTONIO (con casi 25 mil plazas) PLAYA DÉN BOSSA (con 17 mil plazas) y ES CANAR (con 10 mil plazas), seguido de otros ocho núcleos de importancia media: SAN JOSE SUR (casi 4.000 plazas), CALA LLONGA, ES FIGUERAL, PORTINATX y TALAMANCA con 3.000 plazas cada uno. PUERTO DE SAN MIGUEL Y SIESTA que superan las mil plazas cada uno y LA CALA DE SAN VICENTE en el municipio de San Juan con 722 plazas. Hay también tres núcleos urbanos de importancia en San Antonio, Santa Eulalia y Eivissa capital. En FORMENTERA destacamos el núcleo turístico de Es Pujol con 4.336 plazas, la mayoría de apartamentos, y el núcleo turístico de Migjorn con 3.297 plazas con predominio de los hoteles (Club Maryland, Club la Mola y Formentera Playa).



## **10. La dimensión de los establecimientos turísticos**

En Eivissa abundan los hoteles de grandes dimensiones. Más del 15% de las plazas hoteleras corresponden a hoteles de más de 1.000 plazas de media. Sin embargo el mayor número de plazas hoteleras son de dimensión media (entre doscientas y cuatrocientas plazas), con un 31% de las plazas hoteleras. Abundan también en número los hoteles pequeños (con menos de 200 plazas), son el 35% de los hoteles, aunque su importancia en plazas es muy marginal (sólo el 12%).

Los hoteles grandes están en su mayoría en Playa d'en Bossa y pertenecen a Cadenas. Destacan el Club Don Toni, El Club Playa d'en Bossa y el Club Bahamas. En la Bahía de San Antonio el Sea View. Y en Formentera el Maryland. En bloques de apartamentos destacan El Club Cala Azul en Santa Eulalia y el Stella Maris en San Antonio.

## **11. Las pequeñas empresas y las cadenas hoteleras**

El empresario individual o familiar es en gran medida tradicional, individualista, aunque algunos de ellos han procurado asociarse en determinados aspectos como la promoción, la negociación de precios y las compras. Muchos explotan establecimientos familiares de hoteles de menor categoría, hostales y apartamentos, y han sufrido más que otros la crisis de los 90. Su futuro no es muy esperanzador dada la profesionalización que se está imponiendo en el sector. Para salir adelante tienen que cambiar en al menos cuatro aspectos que le han llevado a la situación actual. El bajo nivel de formación empresarial y de técnicas de gestión de empresas. Dejar de lado el individualismo y asociarse. Aumentar las inversiones y la calidad. Y por último tomar parte activa en la promoción, con mayor creatividad buscando nuevos productos en el mercado.

En las pitiusas destacan las empresas que se denominan Cadenas Hoteleras, que explotan conjuntamente una serie de hoteles y empresas. En general son empresas mixtas que tienen en propiedad la mayoría de los hoteles y que los explotan al mismo tiempo. La tendencia es a ampliar su actividad especializándose en la gestión.

La oferta de plazas que hacen las cadenas en las Pitiusas suponen el 57% de todas las plazas hoteleras, y el 31% de toda la oferta de camas. Operan con establecimientos grandes (la media supera las 450 plazas) y de categoría media alta. Sus hoteles están la mayoría en zonas periféricas. Son por lo tanto bastante independientes de lo que ocurra con la evolución de las zonas urbanas de las islas.

En el sector hotelero de las pitiusas dominan los locales. Las cuatro cadenas ibicencas suponen el 78% de la oferta de plazas de todas las cadenas. Sus nombres son muy conocidos son el paradigma del turismo: Doliga, Matursa, Inshotel, Visa. En Mallorca dominan Sol, Barceló, Royaltur, Riu, es decir empresas mallorquinas. En las pitiusas las ibicencas.

## **12. El grado de concentración de la oferta**

El grado de concentración lo medimos por el tamaño de las empresas según el número de plazas en el sector turístico. En Eivissa y Formentera existe una gran atomización en cuanto a establecimientos: 152 hoteles, 169 hostales y 345 industrias de



apartamentos. Pero también se da una gran concentración en cuanto a empresas. Las cuatro mayores empresas (todas ibicencas ) controlan el 44% de la oferta hotelera y el 26% de la oferta de camas. Sólo una empresa la mayor (Doliga) controla el 21% de la oferta hotelera y el 12% de la oferta de camas. Esta Cadena es la segunda de toda Baleares despues de la Cadena Sol.

Se puede afirmar por tanto que la oferta está muy concentrada, incluso más que en Mallorca. Estas grandes empresas tienen posibilidades de negociación con los grandes Tour Operadores, e incluso se asocian con ellos. Tienen una oferta de la mejor calidad y una gestión profesionalizada. Pueden responder a los cambios de mercado e invertir dentro y fuera de las islas. De hecho están actualmente en un periodo de expansión por Canarias y el Caribe. Por el contrario las pequeñas empresas lo tienen peor, muchas no resistirán, aunque otras tendrán la creatividad y la capacidad de cambio que les permita seguir con éxito en el mercado.

A.E.N.A  
AEROPUERTOS ESPAÑOL Y NAVEGACION AEREA  
AEROPUERTO DE IBIZA

RELACION PASAJEROS DEL PAIS 000 HASTA EL PAIS ZZZ

		FECHA DESDE : 01/01/96			FECHA HASTA : 31/12/96							
P A I S		N A C I O N A L			I N T E R N A C I O N A L			C. E. E.			T O T A L	
		LLEGADAS	SALIDAS	TOTAL	LLEGADAS	SALIDAS	TOTAL	LLEGADAS	SALIDAS	TOTAL		
DA	ALGERIE	0	0	0	14	14	28	0	0	0	28	
DR	NIGER	0	0	0	8	8	16	0	0	0	16	
EB	BELGICA	0	0	0	0	0	0	48,482	48,482	96,964	96,964	
ED	GERMANY, FED. REP. OF	0	0	0	0	0	0	442,385	442,385	884,770	884,778	
EG	UNITED KINGDOM	4	4	8	0	0	0	604,433	604,433	1,208,866	1,208,866	
EH	NETHERLANDS, KINGDOM	0	0	0	0	0	0	32,585	32,585	65,170	65,170	
EI	IRELAND	0	0	0	0	0	0	14,830	14,830	29,660	29,660	
EK	DENMARK	0	0	0	0	0	0	5,806	5,806	11,612	11,612	
EL	LUXEMBOURG	0	0	0	0	0	0	5,824	5,824	11,648	11,648	
EP	POLOGNE	0	0	0	1,118	1,118	2,236	0	0	0	2,236	
ES	SWEDEN	0	0	0	0	0	0	182	182	364	364	
QM	MAROC	0	0	0	8	8	16	0	0	0	16	
LE	ESPAÑA	688,908	688,908	1,377,816	804	804	1,608	16,344	16,344	32,688	1,412,112	
LF	FRANCE	0	0	0	0	0	0	96,361	96,361	192,722	192,722	
LG	GREECE	0	0	0	0	0	0	8	8	16	16	
LH	HUNGARY	0	0	0	2,800	2,800	5,600	0	0	0	5,600	
LI	ITALIA	0	0	0	0	0	0	126,799	126,799	253,598	253,598	
LJ	ESLOVENIA	0	0	0	2,149	2,149	4,298	0	0	0	4,298	
LK	CZECHOSLOVAKIA	0	0	0	13,181	13,181	26,362	0	0	0	26,362	
LO	AUSTRIA	0	0	0	0	0	0	24,184	24,184	48,368	48,368	
LP	PORTUGAL (MADEIRA AND	0	0	0	0	0	0	4,504	4,504	9,008	9,008	
LR	ROUMANIE	0	0	0	8	8	16	0	0	0	16	
LS	SUIZA	0	0	0	29,613	29,613	59,226	0	0	0	59,226	
OE	SAUDI ARABIA	0	0	0	12	12	24	0	0	0	24	
UU	U. R. R. S.	0	0	0	350	350	700	0	0	0	700	
TOTALES		688,912	688,912	1,377,824	50,065	50,065	100,130	1,422,727	1,422,727	2,845,454	4,323,408	

CUADRO 1. FUENTE AEROPUERTO

Transit internacional per nacionalitat d'origen. Passatgers introduïts

Traffic Internacional por nacionalidad de origen. Pasajeros entrados

NOMBRE DE PASSATGERS NÚMERO DE PASAJEROS												
NACIONALITATS NACIONALIDADES	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Alemanys/Alemanes.....	261,9	278,2	297,3	308,2	277,3	278,0	281,3	266,0	264,0	310,8	335,9	359,1
Austríacs/Austriacos.....	9,5	10,4	9,4	14,3	12,6	10,7	13,0	14,2	14,7	13,1	15,6	18,7
Belgues/Belgas.....	14,3	14,5	18,6	17,2	16,3	19,1	21,5	19,6	27,3	39,6	39,3	36,9
Danesos/Daneses.....	17,2	18,7	21,0	14,6	14,4	12,5	9,6	8,9	6,7	5,5	3,6	4,9
Finlandesos/Finlandeses.....	5,2	4,3	11,8	15,2	12,1	9,6	2,8	2,1			0,8	
Francesos/Franceses.....	5,6	5,8	7,9	8,4	12,3	14,3	25,3	33,0	35,8	58,9	61,5	68,5
Holandesos/Holandeses.....	32,1	31,7	40,3	36,8	33,4	21,8	20,9	18,5	20,5	28,2	26,5	26,7
Irlandesos/Irlandeses.....	9,5	10,9	17,8	14,8	9,7	3,1	1,2	0,9	2,3	5,5	5,6	13,2
Italianos/Italianos.....	28,2	48,9	56,9	61,9	52,9	50,4	66,6	79,9	88,7	98,3	90,1	88,2
Luxemburguesos/Luxemburgueses.....	2,8	2,6	2,7	4,4	2,3	3,6	2,5	2,8	3,0	3,1	4,4	4,8
Noruecs/Noruegos.....	0,4	2,9			0,2							
Britànics/Britànics.....	366,3	500,5	593,2	547,2	520,8	355,0	332,6	368,5	455,6	593,5	623,0	538,8
Suecs/Suecos.....	4,6	3,2	2,6	2,6	2,6	2,6	2,3	4,6				
Suïssos/Suïços.....	24,8	21,2	21,5	23,8	18,1	15,2	17,6	19,3	21,7	20,6	20,3	18,9
D'altres/Otros.....	2,9	3,1	0,7	1,6	3,7	4,5	4,3	2,8	6,0	12,0	14,8	16,2
TOTAL/Total.....	785,3	956,9	1.101,7	1.070,5	988,7	800,4	801,5	841,1	946,3	1.189,1	1.241,4	1.194,9

CUADRO 2 FUENTE AEROPUERTO Y GOVERN BALEAR

### EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO EN EIVISSA Y FORMENTERA

Años	Plazas Hoteles (1)	% Crecimiento	Plazas Aptos.	% Crecimiento	TOTAL OFERTA	% crecimiento Oferta	%crecimiento Demanda
85	41.373	-	20.528	-	61.901	-	1,00%
86	43.913	6,14%	21.993	7,14%	65.906	6,47%	15,40%
87	46.938	6,89%	23.358	6,21%	70.296	6,66%	13,08%
88	49.683	5,85%	24.413	4,52%	74.096	5,41%	-0,12%
89	50.865	2,38%	26.877	10,09%	77.742	4,92%	-4,38%
90	54.264	6,68%	28.607	6,44%	82.871	6,60%	-12,30%
91	55.245	1,81%	29.241	2,22%	84.486	1,95%	2,69%
92	55.513	0,49%	28.265	-3,34%	83.778	-0,84%	1,40%
93	54.432	-1,95%	26.093	-7,68%	80.525	-3,88%	1,30%
94	54.751	0,59%	26.080	-0,05%	80.831	0,38%	26,40%
95	55.392	1,17%	28.093	7,72%	83.485	3,28%	4,40%
96	57.316	3,47%	27.893	-0,71%	85.209	2,07%	

CUADRO 3 FUENTE CONSELLERIA DE TURISME Y ELABORACION PROPIA

### CATEGORÍA DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS 1.996

	Nº Establs.	% sobre grupo	% sobre total	Plazas	% sobre grupo	% sobre total
<b>HOTELES</b>						
H.*****	1	1%	0%	104	0%	0%
H.****	10	7%	2%	4.201	8%	5%
H.***	59	47%	11%	24.086	59%	35%
HA.***	8			3.450		
CV.***	4			1.943		
H.**	37	28%	6%	9.669	25%	15%
HA.**	1			84		
CV.**	4			2.737		
H.*	25	18%	4%	2.738	7%	4%
HA.*	2			100		
CV.*	1			562		
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>	<b>47%</b>	<b>23%</b>	<b>49.674</b>	<b>87%</b>	<b>58%</b>
<b>HOSTALES</b>						
HS.***	5	3%	1%	383	5%	0%
HS.**	40	24%	6%	2.640	35%	3%
HS.*	76	45%	11%	3.727	49%	4%
F. y C.H.	48	28%	7%	892	12%	1%
<b>TOTAL</b>	<b>169</b>	<b>53%</b>	<b>25%</b>	<b>7.642</b>	<b>13%</b>	<b>8%</b>
<b>TOTAL ESTABL. HOTELER</b>	<b>321</b>	<b>48%</b>	<b>48%</b>	<b>57.316</b>	<b>67%</b>	<b>67%</b>
<b>APTOS.</b>						
APTOS.3	33	10%	5%	6.018	22%	7%
APTOS.2	75	22%	11%	9.122	33%	11%
APTOS.1	237	69%	36%	12.753	46%	15%
<b>TOTAL APTOS.</b>	<b>345</b>	<b>52%</b>	<b>52%</b>	<b>27.893</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>
<b>TOTAL ALOJ.</b>	<b>666</b>			<b>85.209</b>		

Cuadro 4. Elaboración propia.

## ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

Abiertos en los años	Número de establecimientos											
	H. *	H. **	H. ***	H. ****	H. *****	Hotel-Apto.	Ciudad Vacaciones	Total Hotelero	Aptos. 1. LL.	Aptos. 2. LL.	Aptos. 3. LL.	Total Aptos.
60	21	27	38	1	0	.1	1	89	14	4	0	18
70	3	6	18	4	1	0	3	35	55	9	9	73
80	1	3	3	2	0	5	1	15	128	38	9	175
90	0	1	1	3	0	2	3	10	40	24	15	79
	25	37	60	10	1	8	8	149	237	75	33	345

CUADRO 5 ELABORACION PROPIA

## DIMENSIÓN DE LOS HOTELES

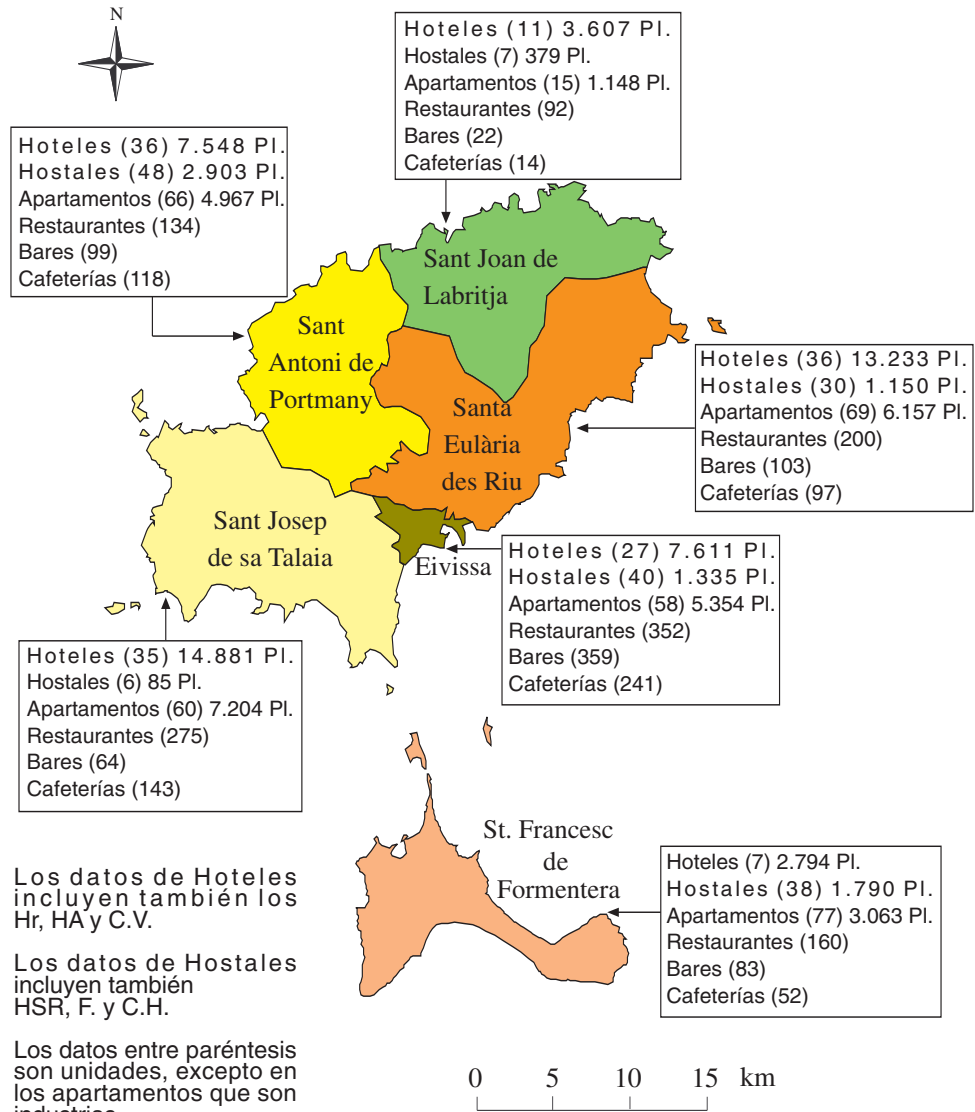
	Numero	%	Plazas	%	Media
Mayor que 900	7	5%	7.194	15%	1.028
801-900	4	3%	3.293	7%	823
701-800	3	2%	2.248	5%	749
601-700	7	5%	4.588	9%	655
501-600	10	7%	5.358	11%	536
401-500	12	8%	5.355	11%	446
301-400	21	14%	7.228	15%	344
201-300	32	22%	8.019	16%	251
101-200	30	21%	4.322	9%	144
Menor que 100	20	14%	1.314	3%	66
	146		48915		

## DIMENSIÓN DE LOS APARTAMENTOS

	Más de 200 plazas		De 101 a 200		Menos de 100	
	Industrias	Plazas	Industrias	Plazas	Industrias	Plazas
FORMENTERA	1	216	5	684	71	2163
EIVISSA	32	10654	38	5349	198	8823
Eivissa	9	2620	8	1114	41	1620
Sta. Eulàlia	7	2772	6	795	56	2590
Sant Antoni	3	1093	11	1535	52	2339
Sant Josep	12	1093	10	1588	38	1773
Sant Joan	1	330	3	317	11	501

CUADRO 6 ELABORACION PROPIA

MAPA TURÍSTICO POR MUNICIPIOS



Cuadro 7. Elaboración propia, a partir de mapas del L.S.I.G.

## CADENAS HOTELERAS AÑO 1996 • LOS IBICENCOS

## DOLIGA

Clase	Nombre	Categoría	Piadas	Municipio
Hotel	Algarb	***	774	Eivissa
Aptos.	Buenavista	2 LL.	137	Sta. Eulalia
Hotel	Cala Gració	***	97	Sant Antoni
Hotel	Cala Llonga	***	308	Sta. Eulalia
Hotel	Cala Nova Playa	**	580	Sta. Eulalia
Hotel	Cap Nonó	***	180	Sant Josep
Hotel	Club Bahamas	***	921	Sant Josep
Hotel	Club Don Toni	***	1200	Sant Josep
Hotel	Club Palm Beach	***	817	Sant Josep
Hotel	Club Playa de'n Boss	***	1058	Sant Josep
C.V.	Club Vista Bahía	***	350	Sant Joan
Hotel	Don Carlos	***	321	Sta. Eulalia
Aptos.	Lido	3 LL.	393	Eivissa
Hotel	Milord I	***	297	Sant Josep
Hotel	Milord II	***	415	Sant Josep
Aptos.	Palmira	1 LL.	155	Sant Antoni
Hotel	Palmira Hotel	***	298	Sant Antoni
Aptos.	Rialto	2 LL.	432	Eivissa
Hotel	S'Estanyol	***	258	Sant Josep
Hotel	San Diego	***	256	Sant Josep
Hotel	San Remo	***	283	Sant Josep
Hotel	Tanit	***	738	Sant Antoni
Aptos.	Tivoli	3 LL.	306	Eivissa

Total: 23 establecimientos, 10.574 plazas

## MATURSA

Clase	Nombre	Categoría	Piadas	Municipio
Hotel	Atlantic	**	371	Sta. Eulalia
Hotel	Coral Playa	**	504	Sta. Eulalia
Hotel	Goleta	***	479	Eivissa
Apart-Hotel	Jabeque	***	517	Eivissa
Hotel	Playa Dorada	***	505	Sta. Eulalia
Hotel	Playa Imperial	***	809	Sta. Eulalia
Hotel	Siesta	***	218	Sta. Eulalia
Hotel	Tres Carabelas	***	476	Eivissa
Hotel	Sea View	****	1026	Sant Josep

Total: 9 establecimientos, 4.903 plazas.

## INSHOTEL

Clase	Nombre	Categoría	Piadas	Municipio
Hotel	Cala San Vicente	***	233	Sant Joan
Hotel	Formentera Playa	***	609	Formentera
Hotel	Imperio Playa	***	400	Sant Joan
Aptos.	Maryland	1 LL.	900	Formentera
Hotel-Aptos	Terida Beach	***	804	Sant Josep
Aptos.	Terida Playa	3 LL.	345	Sant Josep

Total: 6 establecimientos, 3.291 plazas

## VISA HOTELS

Clase	Nombre	Categoría	Piadas	Municipio
Hotel-Apart	Cala Verde	***	520	Sta. Eulalia
Hotel	Club Cala Blanca	***	669	Sta. Eulalia
Aptos.	Club Figueras	2 LL.	306	Sta. Eulalia
Hotel	Ereso	**	475	Sta. Eulalia
Hotel	Es Pla	***	334	Sant Antoni
Hotel	La Cala	***	342	Sta. Eulalia
Hotel	Marco Polo	***	210	Sant Antoni
Hotel	Roca Playa	**	137	Sta. Eulalia
Hotel	Royal Plaza(1)	***	199	Eivissa
Hotel	Tenis	*	33	Sta. Eulalia

Total: 10 establecimientos, 3.225 plazas.



**LOS CATALANES****MEDPLAYA**

Clase	Nombre	Categoría	Plazas	Municipio
Hotel	Cartago	***	373	Sant Joan
Hostal-Resi	Club San Miguel	**	212	Sant Joan
Hotel	El Greco	***	459	Sant Joan
Hotel	Galeón	***	343	Sant Joan
Hotel	Náutico Ebeso	**	206	Eivissa
Hotel-Apto.	Perlas	***	168	Sant Josep
Hotel	Presidente Playa	***	513	Sant Joan

Total: 7 establecimientos, 2.274 plazas.

**LOS MALLORQUINES****SOL**

Clase	Nombre	Categoría	Plazas	Municipio
Hotel	Los Loros	***	488	Sta. Eulalia
Hotel	Pinet Playa	***	551	Sant Josep
Hotel	S'Argamassa	***	402	Sta. Eulalia

Total: 3 establecimientos, 1.441 plazas.

**BARCELO**

Clase	Nombre	Categoría	Plazas	Municipio
Hotel	Cigüeña Playa	*	156	Sant Joan
Hotel	Ibiza Pueblo	*	662	Sant Josep

Total: 2 establecimientos, 818 plazas.

**T.H.B**

Clase	Nombre	Categoría	Plazas	Municipio
Hotel	Los Molinos	****	279	Eivissa
Apart.	Ibiza Mar	2 LL.	208	Sant Josep

Total: 2 establecimientos, 487 plazas.

**INTERTUR**

Clase	Nombre	Categoría	Plazas	Municipio
Hotel	Hawai	***	409	Sant Antoni
Hotel	Miami	***	690	Santa Eulàlia
Apart.	Miami	3 LL.	249	Santa Eulàlia

Total: 3 establecimientos, 1348 plazas.

Cuadro 8. Elaboración propia.

**EIVISSA I FORMENTERA. DATOS BÁSICOS**

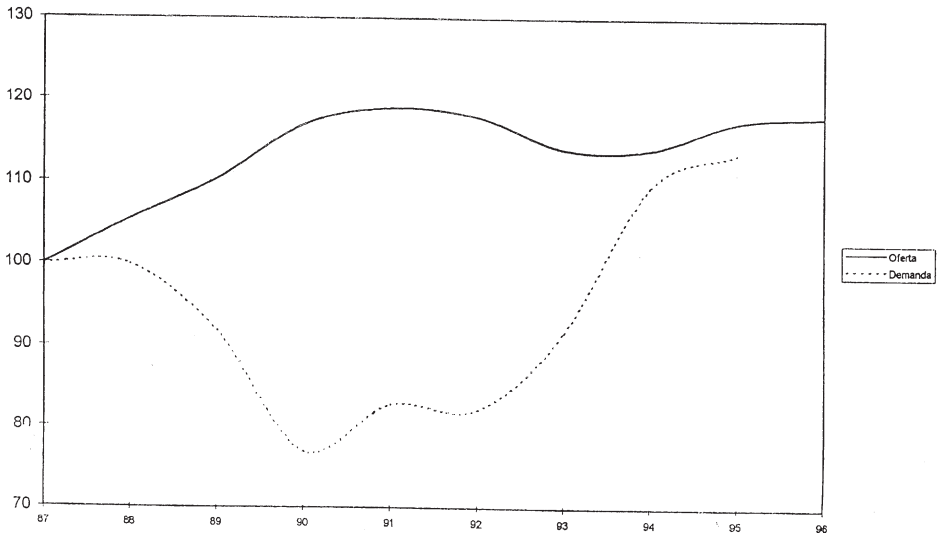
	<b>Eivissa</b>	<b>Formentera</b>
<b>Población</b>	<b>82.820</b>	<b>5.323</b>
<b>Turistas 1995</b>	<b>1.400.000</b>	<b>110.000*</b>
<b>Turistas por habitante</b>	<b>17</b>	<b>21</b>
<b>Gasto Turístico</b>	<b>104.500 mill.</b>	<b>16.000 mill.</b>
<b>Gasto Turístico por hab.</b>	<b>1.300.000</b>	<b>3.000.000</b>
<b>Gasto Turístico por plaza</b>	<b>1.347.000</b>	<b>2.100.000</b>
<b>Superficie (Km2)</b>	<b>541</b>	<b>82</b>
<b>Nº de plazas</b>		
<b>Hoteleras</b>	<b>52.732</b>	<b>4.584</b>
<b>Apartamentos</b>	<b>24.830</b>	<b>3.063</b>
<b>Total</b>	<b>77.562</b>	<b>7.647</b>
<b>Plazas por Km2</b>	<b>143</b>	<b>93</b>
<b>Plazas por hab.</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Dimensión media</b>		
<b>Hoteles</b>	<b>323</b>	<b>399</b>
<b>Hostales</b>	<b>45</b>	<b>47</b>
<b>Apartamentos</b>	<b>93</b>	<b>40</b>
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>63</b>
<b>Oferta Complementaria **</b>		
<b>Establecimientos</b>	<b>2.323</b>	<b>295</b>
<b>Nº Establ. por Km2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

\* No incluye los visitantes.

\*\* Bares, restaurantes y cafeterías.

Cuadro 9. Elaboración propia.

Gráfico 1  
EXCESO DE OFERTA EN EL ULTIMO CICLO 1987-95



Elaboración propia.

TOTAL TURISTAS LLEGADOS  
(Por nacionalidades)

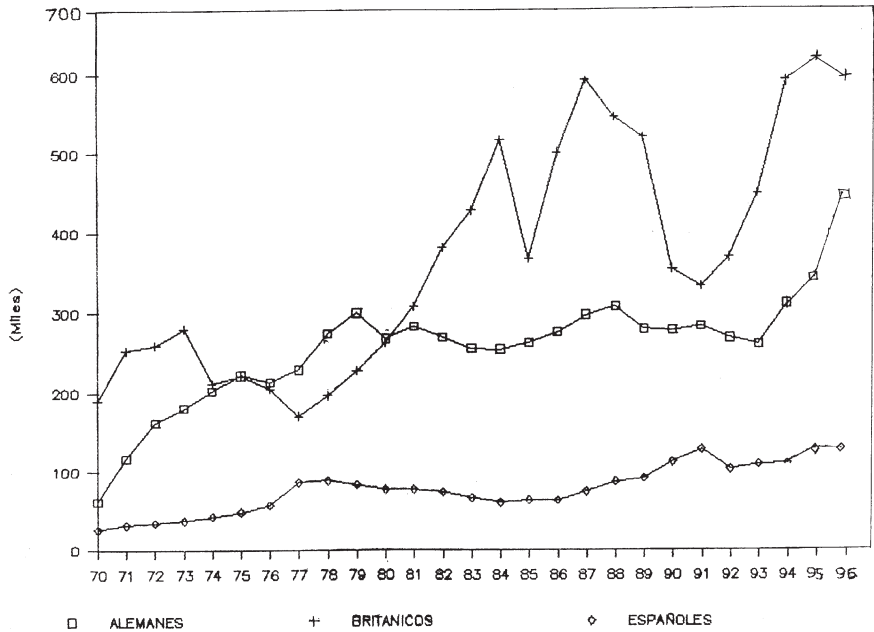


Gráfico 2. Elaboración propia.